

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM
MEMBELI PRODUK PERDANA TRI**

(Study Empiris Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Syarat Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh

Muhammad Fauzi Arif Kurniawan

NIM. B100090150

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM
MEMBELI PRODUK PERDANA TRI (Study Empiris Mahasiswa Universitas
Muhammadiyah Surakarta)**

Yang disusun oleh:

NAMA : Muhammad Fauzi Arif Kurniawan

NIM : B 100 090 150

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta, Juli 2014

Pembimbing


Ir. Irmawati, SE., M.Si

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta


(Dr. Priyono, M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

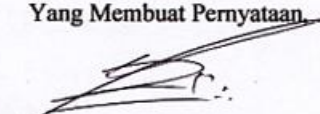
Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **MUHAMMAD FAUZI ARIF KURNIAWAN**
NIRM : **09.6.106.02016.500150**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM
MEMBELI PRODUK PERDANA TRI (Study
Empiris Mahasiswa Universitas
Muhammadiyah Surakarta)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Juli 2014

Yang Membuat Pernyataan


Muhammad Fauzi Arif Kurniawan

MOTTO

Tunjukkanlah kami jalan lurusmu {yaitu} jalan orang-orang yang telah engkau anugerahkan nikmat kepada mereka, bukan {jalan} mereka yang dimurkai dan bukan {pula jalan} mereka yang sesat.

{Q.S. AL-Fatihah: 6-7}

Banyak orang gagal dalam hidup karena mereka menyerah saat hampir berhasil

{T.A. Edison}

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

DEANGAN SEGALA DOA DAN PUJI SYUKUR KEHADIRAT ALLAH SWT,
KARYA SEDERHANA INI KUPERSEMBAHKAN UNTUK:

- ❖ KEDUA ORANG TUA, TERIMAKASIH ATAS SEGALA KASIH SAYANG, DOA, DAN PERHATIANNYA YANG TAK PERNAH BERHENTI YANG AKAN SELALU ADA DI HIDUP PENULIS
- ❖ KURNIA SETYANING HIDAYAH KAKAKKU TERCINTA YANG SELAMA INI MEMBERIKAN DUKUNGAN DAN KASIH SAYANG
- ❖ SAHABAT-SAHABATKU, KALIAN LUAR BIASA
- ❖ ALAMAMATERKU....

ABSTRAKSI

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor produk, harga, distribusi, dan promosi dalam keputusan membeli bagi pengguna kartu Perdana TRI dikalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta dan untuk mengetahui dan menganalisis faktor mana yang berpengaruh dominan dalam keputusan membeli bagi pengguna kartu Perdana TRI dikalangan Mahasiswa Muhammadiyah Surakarta.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden yaitu Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang menggunakan kartu Perdana TRI.

Berdasarkan hasil uji t_{test} maka diketahui variabel produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen atau karena $t.sig$ (0,022) lebih kecil dari 0,05 (α) maka secara signifikan produk berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen, variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen atau karena $t.sig$ (0,020) lebih kecil dari 0,05 (α) maka secara signifikan harga berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen, variabel distribusi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen atau karena $t.sig$ (0,022) lebih kecil dari 0,05 (α) maka secara signifikan distribusi berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen, variabel promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen atau karena $t.sig$ (0,000) lebih kecil dari 0,05 (α) maka secara signifikan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen. Hasil analisis uji F diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ (34,374 > 2,76), maka H_0 ditolak, Berarti secara bersama-sama variabel produk, harga, distribusi dan promosi berpengaruh significant terhadap keputusan konsumen (Y). Sehingga model yang digunakan adalah fit. Berdasarkan koefisien determinasi diperoleh R^2 sebesar 0,574, berarti variasi perubahan variabel keputusan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel produk, harga, distribusi dan promosi sebesar 57,4%. Sedangkan sisanya sebesar 42,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Kata Kunci : Produk, Harga, Distribusi, Promosi dan Keputusan Membeli

KATA PENGANTAR



Assalamu'alikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, shalawat serta salam kepada nabi Muhammad SAW, atas rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **"ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK PERDANA TRI (Study Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)"** sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Terimakasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, semangat, dan bantuan moril maupun materil, langsung maupun tidak langsung, sehingga karya ini dapat terselesaikan dengan baik. Dengan segala kerendahan hati penulis hanya mampu mengucapkan terimakasih yang tulus kepada:

1. Bapak Dr. H. Triyono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setiyawan, SE., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. Ibu Ir. Irmawati, SE., M.Si selaku Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan tulus telah memberikan banyak masukan, arahan, bimbingan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Wuryaningsih, MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yang telah meluangkan ilmu kepada penulis, sehingga sangat bermanfaat bagi penulisan skripsi ini.
6. Kedua orang tua dan kakak tercinta, terima kasih atas segala kasih sayang, dan doa dan perhatiannya yang tak pernah berhenti yang akan selalu terabadikan selama hidup penulis
7. Keluarga besarku dan THE H.O.R.S.E yang selalu mengajarkan kepadaku arti sebuah ketabahan, kesabaran dan ketegaran menghadapi hidup dengan doa dan dukungan dari kalian akhirnya aku dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan angkatan 2009 Thea, Haical, Kurniawan, Ega, Heru, Bram, Imam, kalian luar biasa.

Akhirnya penulis hanya dapat membalas dengan doa semoga Allah SWT membalas jasa serta baik budi semuanya di atas. Penulis berharap semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, Juli 2014

Penulis

Muhammad Fauzi Arif Kurniawan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Skripsi	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Pemasaran	6
B. Perilaku Konsumen	7
C. Produk dan Barang	13
D. Bauran Pemasaran	14
E. Penelitian Terdahulu	16

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	18
	A. Kerangka Pemikiran	18
	B. Hipotesis	19
	C. Definisi Operasional	19
	D. Populasi dan Sampel.....	23
	E. Teknik Pengumpulan Data	23
	F. Uji Instrumen Penelitian.....	24
	G. Alat Analisa	25
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
	A. Deskripsi Responden	31
	B. Pengujian Instrumen Penelitian	33
	1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
	2. Uji Hipotesis	36
	a. Analisa Regresi Berganda.....	36
	b. Uji t	37
	c. Uji F	44
	d. Koefisien Determinasi	45
	3. Uji Asumsi Klasik.....	46
	C. Pembahasan	49
BAB V	PENUTUP	52
	A. Kesimpulan	52
	B. Keterbatasan Penelitian	53
	C. Saran	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Karakteristik Umur.....	31
Tabel 4.2. Karakteristik Jenis Kelamin Responden	32
Tabel 4.3. Karakteristik Lamanya Menjadi Konsumen	32
Tabel 4.4. Hasil Uji Validitas Variabel Produk.....	33
Tabel 4.5. Hasil Uji Validitas Variabel Harga	34
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Distribusi	34
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	35
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Konsumen.....	35
Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.10. Hasil Uji t	38
Tabel 4.11. Hasil Uji F	44
Tabel 4.12. Hasil Uji Adjusted R_{square}	46
Tabel 4.13. Hasil Uji Normalitas.....	47
Tabel 4.14. Hasil Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel 4.15. Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4.16. Hasil Uji Autokorelasi.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	18
------------------------------------	----